

# ZT SERVICE

## Kollegiales System eigenständiger Kompetenzpartner

Mit dem Begriff Laborverbund assoziieren zahntechnische Betriebe zuallererst auf der Hand liegende Vorteile wie die gemeinsame Nutzung von Geräten, eine zentrale Buchhaltung oder günstigere Einkaufskonditionen. Ein gut funktionierendes Verbundsystem kann seinen Mitgliedslaboren heutzutage jedoch wesentlich mehr bieten: Ob kollegiale Hilfestellung, der fachliche Austausch untereinander oder die effektive Nutzung von Kompetenzen wie Marketing, Qualifizierung sowie Technologien – was der eine allein nicht zu leisten vermag, schafft die Gemeinschaft auf jeden Fall. **dentacolleg** ist so eine Kooperationsgemeinschaft. Im Jahre 1999 gegründet, gehören dem Verbund mittlerweile 51 Gesellschafterlabore an – Tendenz steigend.

Ob CompeDent, DENTAGEN, DentalAlliance oder ProLab – Laborverbände gibt es derzeit zahlreiche am Markt. Und dennoch ist jeder verschieden. Denn was die konkreten Inhalte, Zielrichtung und Nutzen angeht, positioniert sich jeder Verbund auf seine eigene Weise. Während vor einigen Jahren vor allem Argumente wie gemeinsamer Einkauf, Teilzahlungskonzepte oder bessere Gewährleistungen bei der Entscheidung eines Labors zum Beitritt zählten, stehen heutzutage vielmehr Fakten wie gut

strukturierte Fortbildungsangebote, konzeptionelle Unterstützung sowie spezifisches Marketing im Mittelpunkt. Doch welcher Zusammenschluss ist der richtige für mein Labor? ZT stellt Ihnen mit **dentacolleg** einen Laborverbund einmal etwas genauer vor. 1999 gegründet, zählen heute 51 eigenständige deutsche Meisterlabore und Innungsmitglieder zu **dentacolleg**, die von zwei bis 80 Mann stark sind und derzeit in

insgesamt fünf regionalen Arbeitskreisen zusammengefasst

Das Gütesiegel für schöne Zähne  
partnerschaftlich · kompetent



**dentacolleg**

werden. Während mancher Laborverbund seinen Mitgliedern „einen Mantel zur Verfügung stellt, der dann jedem passen muss“, setzt Geschäftsführer Oliver Sebastian bei **dentacolleg** vor allem auf eine individuelle Betreuung der Gesellschafterlabore, eine „professionelle Unternehmensführung innerhalb des Verbandes, sehr intensive Kontakte zur Industrie sowie vieles, vieles mehr!“ Im Jahre 2004 löste der gebürtige Bremer den vorherigen Geschäftsführer Steffen Seinwill im Amt ab und leitet seitdem die Geschicke des Hamburger Unternehmens.

### Positionierung

Der Schwerpunkt von **dentacolleg** liegt – neben dem Austausch von Technologien und günstigen Einkaufskonditionen – vor allem in der effektiven Betreuung innerhalb der Unternehmenskommunikation begründet. Hervorzuheben ist hierbei, dass jedes Labor vollkommen eigenständig

bleibt – denn „Gleichmacherei“, macht laut Oliver Sebastian „überhaupt keinen Sinn“. Daher gibt es beispielsweise auch keinen einheitlichen werblichen Auftritt der **dentacolleg**-Gesellschafter. Vielmehr sollte jedes Labor seine individuelle Stärke herausarbeiten und diese nach außen kommunizieren. Das **dentacolleg**-Netzwerk dient dabei quasi als Coach, als Begleiter und Berater. Im Mittelpunkt der Aktivitäten stehen die Kundenbindung sowie das Miteinander zwischen Dentallabor und Zahnarzt als direktem Entscheider und hervorragendem Meinungsmultiplikator. Neben dieser „Push“-

### Struktur

Effektives Networking, kurze Kommunikationswege sowie ein schnelles Reagieren auf Marktveränderungen – damit dies alles reibungslos im Verbund funktioniert, bedarf es einer analytisch ausgearbeiteten Struktur mit klar definierten Schnittstellen. **dentacolleg** verfügt über genau so eine Struktur, die sich aus der Erfahrung der letzten Jahre entwickelt hat und wie kein anderes Modell den Einfluss der Gesellschafter auf die Unternehmensinhalte ermöglicht. Kernstücke dieser Struktur sind hierbei vor allem die regionalen Arbeitskreise, innerhalb welcher alle relevanten Themen diskutiert und analysiert werden. Sind die individuellen Bedürfnisse der einzelnen Regionalen erst einmal ermittelt, werden sie an den Geschäftsführer herangetragen. In Zusammenarbeit mit kompetenten Beratungs- und Industriepartnern der **dentacolleg** werden dann effektive, bedarfsge- rechte Werkzeuge für die verschiedensten Aufgabenstellungen erarbeitet. Hierbei stehen kollegiale Hilfestellung, aktiver gegenseitiger Wissenstransfer sowie das Bündeln von personellen Kräften ebenso im Mittelpunkt wie ein sinnvoller Leistungsaustausch bei den



dentacolleg-Geschäftsführer Oliver Sebastian.

produkttechnischen Möglichkeiten und/oder Kapazitäten.

### Fortbildungen

Bei den Fortbildungen spielen die Arbeitskreise ebenfalls eine wichtige Rolle. So legen diese regional unter anderem auch die Themen für die Schulungen fest. Je nach Anforderung werden Seminare im Bereich Führungskräfte-Training, Motivationstraining für Laborinhaber und -mitarbeiter, Zahnärzte und/oder Helferinnen sowie Kommunikationsschulungen angeboten. Aber auch betriebswirtschaftliche Themen wie Qualitätsmanagement sowie fachliche Schulungen in der Dental fotografie oder Implantologie stehen zur Auswahl. **ZT**

### ZT Adresse

**dentacolleg** GmbH & Co. KG  
An der Alster 83  
20099 Hamburg  
Tel.: 0 40/2 84 99 10-0  
Fax: 0 40/2 84 99 10-16  
E-Mail: info@dentacolleg.de  
www.dentacolleg.de



Foto: dentacolleg

Strategie verfolgt die **dentacolleg** aber auch die so genannte „Pull“-Strategie: Durch die Qualität des einheitlichen Gütesiegels **dentacolleg** wird aufgezeigt, bei welchem Labor man Top-Qualität und einen hohen Grad an Service erwarten kann.

## ZT ZAHNTECHNIK ZEITUNG

### INFO

#### Voraussetzung für Beitritt:

- prinzipiell jedes Labor (gern Innungsmitglieder) kann beitreten
- hohes Maß an Bereitschaft erwünscht, sich bei Treffen der Regionalen konstruktiv einzubringen

#### Kosten:

- 3.000 € Einlage bei Eintritt, des Weiteren wird Jahresbeitrag erhoben

#### Regionale Begrenzung:

- grundsätzlich nein, Vetorecht der Gesellschafter vorbehalten

#### Fortbildungsschwerpunkte:

- fachliche, betriebswirtschaftliche und persönliche Qualifizierung
- Qualitätsmanagement und Zertifizierung
- des Weiteren auf die Teilnahme von Zahnärzten zugeschnittene Veranstaltungen mit Eventcharakter, die Gesellschaftern als wertvolles Kundenbindungsinstrument dienen

#### Marketing:

- individuelle Marketing-Konzeptionen
- Unterstützung bei der Umsetzung neuer Medien
- Event- und Fortbildungsbausteine
- Werbemittel wie Patienteninformations- und Laborbroschüren
- Nutzungsrechte und Kommunikationsmaterialien für Gütesiegel „**dentacolleg**“
- Patiententeilzahlung
- (Partner-)Factoring
- Give-away-Shop u.s.w.

## „Nur durch aktiven Teamgeist funktioniert effektives Networking“

Nach dem Motto „gemeinsam sind wir stark“ nutzen immer mehr Dentallabore die Synergien von Laborverbänden wie **dentacolleg**. Seit nunmehr sieben Jahren steht das Hamburger Unternehmen für gemeinsame Stärke, Kompetenz sowie eine strategische Allianz ihrer Mitgliedslabore. Welche Voraussetzungen müssen an einem Beitritt interessierte Betriebe mitbringen? Welche Verpflichtungen gehen sie ein? ZT sprach mit **dentacolleg**-Geschäftsführer Oliver Sebastian.

**ZT** So wie sich immer mehr spezialisierte Zahnärzte in Gemeinschaftspraxen zusammenschließen, steigt auch die Zahl der Laborverbände am zahntechnischen Markt ständig an. Ist dieser Trend allein der angespannten und Existenz bedrohenden Situation deutscher Dentallabore und deren Suche nach einem wirtschaftlichen Ausweg geschuldet? Wo sehen Sie noch Beweggründe für ein Labor, einem Laborverbund wie **dentacolleg** beizutreten?

Grundsätzlich tritt ein Labor nur einem Verbund bei, wenn es dort einen Nutzen für sich erwarten kann. Dieser Nutzen kann völlig unterschiedlicher Natur sein. Vorherrschend bei den Überlegungen sind dabei oft wirtschaftliche Gründe. Jedes Labor ist in erster Linie ein Unternehmen, das auf dem sich immer schneller verändernden Markt bestehen muss. Mit ei-

nem effektiven Networking zwischen den Laboren, den Zahnärzten, der Industrie und externen Top-Beratern werden jedem **dentacolleg**-Gesellschafter individuell erarbeitete Lösungsansätze aufgezeigt. Ich vergleiche es immer mit einem Elfmeter beim Fußball: die **dentacolleg** legt den Ball auf den Elfmeterpunkt, das Tor sollte der Unternehmer schon noch selber schießen dürfen! Eine Gemeinschaft wie **dentacolleg** ist daher keinesfalls ausschließlich für Labore in Existenz bedrohender Situation gemacht. Die unglaubliche Vielfalt der Möglichkeiten in der **dentacolleg**-Gemeinschaft überzeugt langfristig auch gut am Markt positionierte Labore durch das aufgebaute Netzwerk und die effektiven Marketing-Maßnahmen.

**ZT** Welche Voraussetzungen muss ein interessiertes Labor

für eine Mitgliedschaft mitbringen (Laborgröße, Mitarbeiterzahl, Umsatzvolumen, Spezialisierungsgebiete)? Grundsätzlich gibt es keine „Musterlabor-Schablone“, die auf einen möglichen Gesellschafter genau passen muss. Es gibt nur ein Vetorecht der bestehenden **dentacolleg**-Gesellschafter. Wünschenswert sind für uns natürlich engagierte, fordernde Gesellschafter. Denn nur durch aktiven Teamgeist funktioniert ein effektives Networking.

**ZT** Welche Verpflichtungen geht ein Labor bei einer Mitgliedschaft in Ihrem Laborverbund ein? Ein **dentacolleg**-Gesellschafter geht keine Verpflichtungen zur aktiven Mitarbeit ein, obwohl dies natürlich wünschenswert ist und

nebenbei gesagt auch noch viel Spaß macht! Es gibt keine wirklichen Pflichtveranstaltungen für die Gesellschafter. Erfahrungsgemäß nehmen aber immer sehr viele teil – und das nicht nur an unseren „Networking-Erlebnis-Events“. Jeder Gesellschafter leistet als Kommanditist der **dentacolleg** GmbH & Co. KG eine Einlage. Diese Einlagen bilden das

Grundkapital. Darüber hinaus wird **dentacolleg** über den gemeinsamen Einkauf finanziert und daher ist ein gruppenloyales Einkaufsverhalten bei den **dentacolleg** Partnerlieferanten sehr wünschenswert.

**ZT** **Dentacolleg** wurde 1999 gegründet. Welches unternehmerische wie persönliche Resümee können Sie nach sieben Jahren am Markt ziehen? Was sind künftige Ziele bzw. wofür sehen Sie Ihren Laborverbund in einigen Jahren?

Da ich selbst erst im Jahr 2004 die Geschäftsführung übernommen habe, bezieht sich mein Resümee auf diesen Zeitraum. Die **dentacolleg** hat

sich nach der Neuordnung vor ca. zwei Jahren klar positioniert, ist strukturell hervorragend aufgestellt und somit für den vorherrschenden Markt bestens gerüstet. Die Gesellschafter nutzen engagiert die Berater-Plattform und die Vorteile des Networkings. Die Einbindung der Zahnarztpraxen in die Gesamtkonzeption verzeichnet positive, in der Form nicht zu erwartende, Fortschritte. Das beschriebene Konzept der Individualisierung geht also voll und ganz auf. Auf diese Ergebnisse werden wir weiter aufbauen, den Markt dabei ständig im Auge haben und gegebenenfalls sofort reagieren. Die **dentacolleg** setzt parallel auf ein gesundes Wachstum. Eine blinde Gesellschafter-Akquisition macht in meinen Augen keinen Sinn, da sonst die persönliche Betreuung schnell an Qualität verlieren könnte. **ZT**



Im Gespräch mit Redaktionsleiterin Cornelia Pasold und ZT-Projektleiter Stefan Reichardt (m.) erläuterte Geschäftsführer Oliver Sebastian das Erfolgskonzept von **dentacolleg**.